

# Strategische opties bij export vertrekkend van hoogwaardige landbouwproducten



Landbouwstudiedag 2015

Impact van handelsovereenkomsten op de Vlaamse landbouw  
*UGent, 4 februari 2015*

Xavier Gellynck & Evelien Lambrecht  
UGent, Div. Agri-Food Marketing & Chain Management

# INHOUD

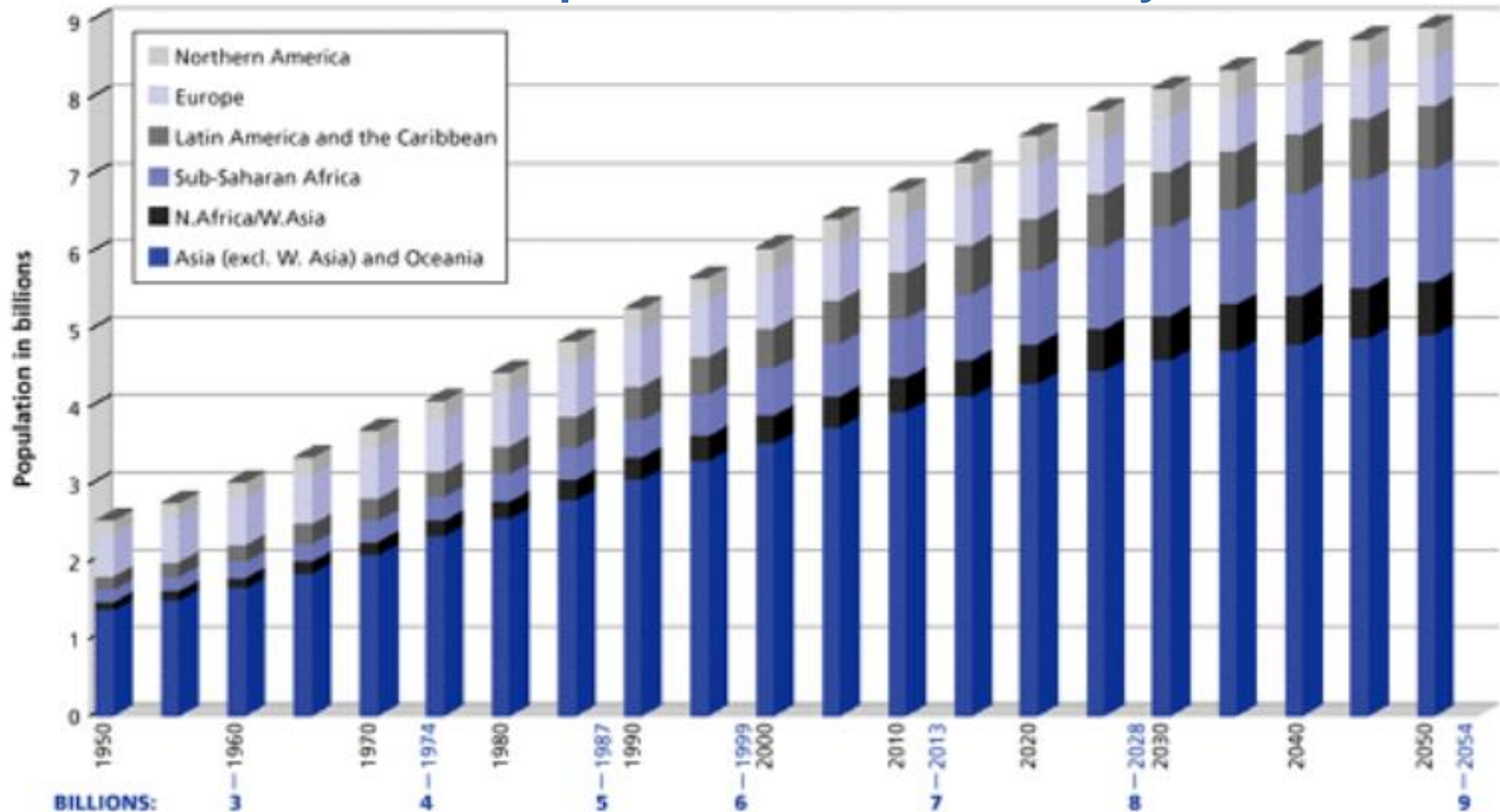
1. INLEIDING
2. MAATSCHAPPELIJKE ROL LANBOUW IN HET VERLEDEN
3. HEDENDAAGSE VERWACHTINGEN
4. STRATEGISCHE OPTIES
5. BESLUIT

# 1. INLEIDING

- Growth of world population ↗ +30% by 2050
  - Economic growth
    - BRICS/MINT - countries
- } Food demand  
↗ x2

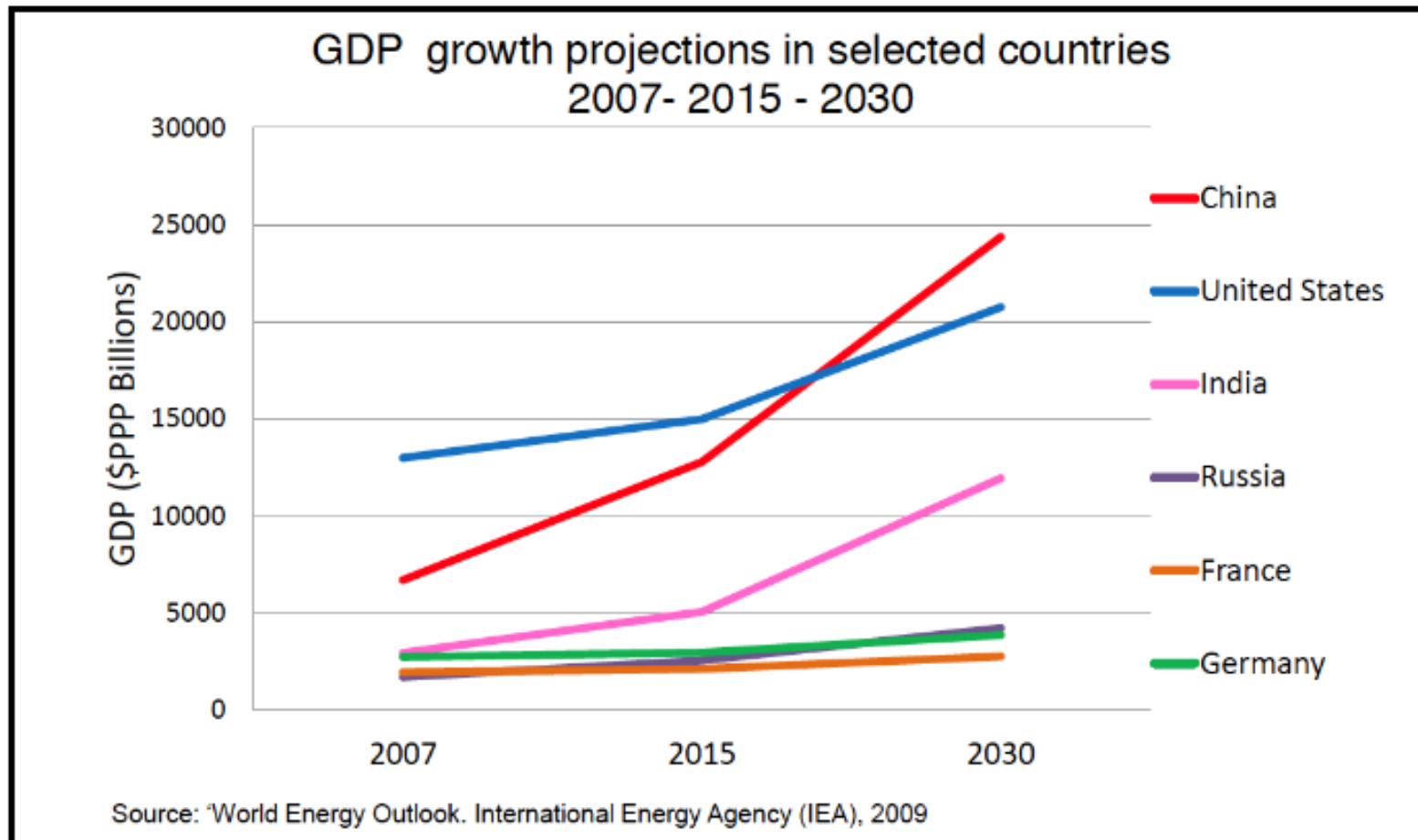
# Bevolkingsgroei

World: expected increase of 30% by 2050

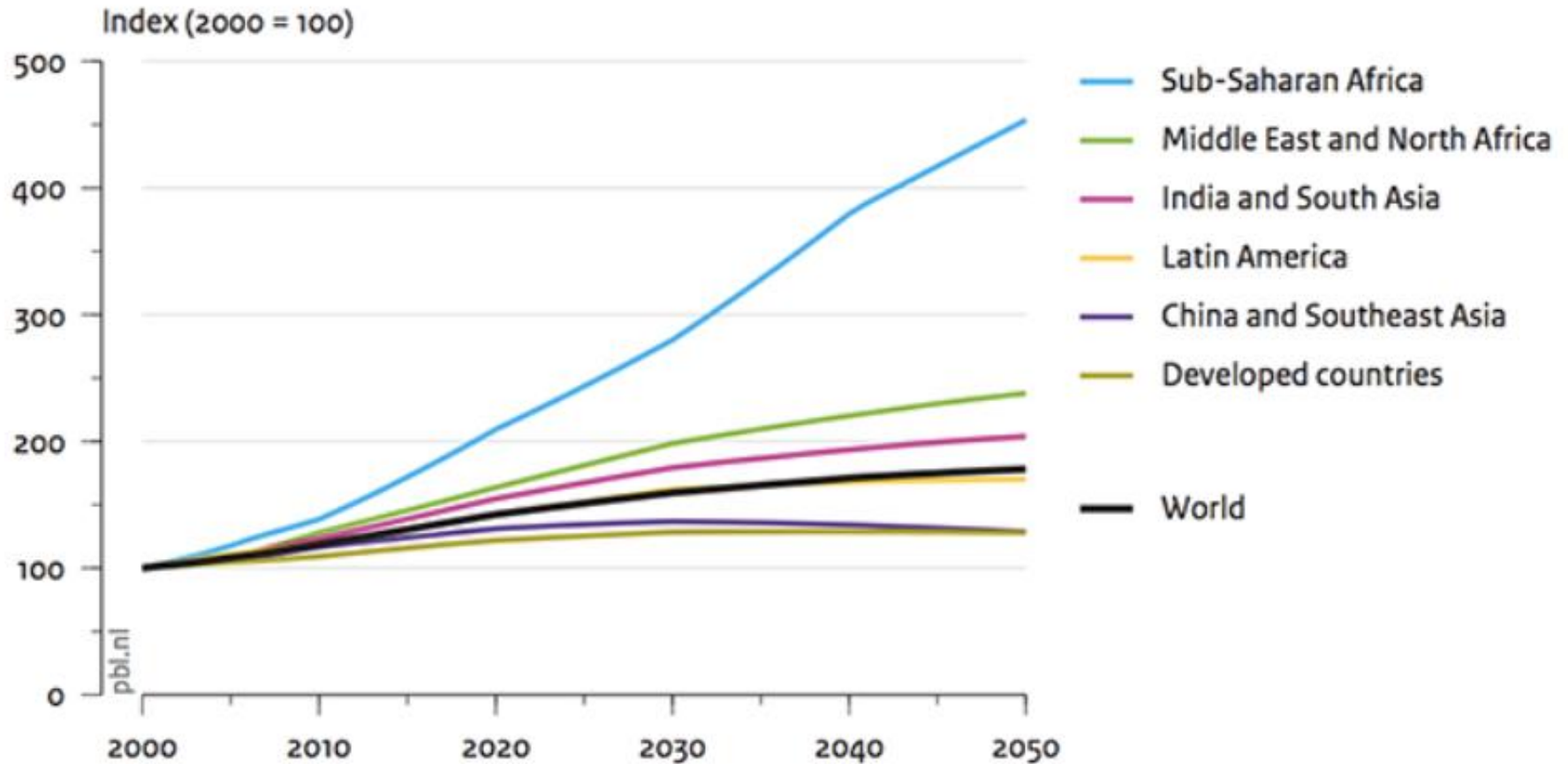


Source: [http://www.globalchange.umich.edu/globalchange2/current/lectures/human\\_pop/human\\_pop.html](http://www.globalchange.umich.edu/globalchange2/current/lectures/human_pop/human_pop.html)

# Economische groei



## Food demand





# Groei vraag naar vlees

GLOBAL MEAT DEMAND GROWTH ESTIMATES 2010 – 2030



Source: Rabobank (2011)

# Vlaanderen volgt die trend niet

16 Mei 2014 - Hoe moet het verder met de Vlaamse landbouw?

*Elke week zetten circa 24 Vlaamse landbouwbedrijven hun activiteiten stop – en dat al tien jaar lang. De beweging Wervel spreekt over “de ondergang van een landbouwmodel”. Boerenbond pakt*



30.09.2014 [Varkensboeren s](#)

07.08.2014 [Russisch boycot is rampscenario voor de Belgische boer](#)



## Prijzen appels en peren kelderen



## Braadkippenhouderij geplaagd door hoge kosten

Geschreven op 20 januari 2014. Alle regio's [Pluimvee](#)



Onze braadkippensector is de afgelopen jaren sterk gegroeid en de bedrijven kunnen zich momenteel meten met de belangrijke pluimveelands in Europa. Toch gaat 2013 voor de braadkippenhouders de geschiedenis in als een matig jaar. De sector had af te rekenen met hoge kosten en er was veel te doen over de handelsakkoorden die Europa probeerde rond te krijgen met landen zoals Oekraïne en de VS. In ruil voor de export van goederen en diensten naar deze landen zouden de Europese grenzen opengezet worden voor

pluimveevlees en eieren vanuit diezelfde landen, waardoor deze handelsakkoorden heel wat nadelen inhouden voor onze pluimveehouderij.

» verkiezingen gestemd hebben.



## 2. MAATSCHAPPELIJKE ROL LANDBOUW IN VERLEDEN

- Productie ↕ ↕

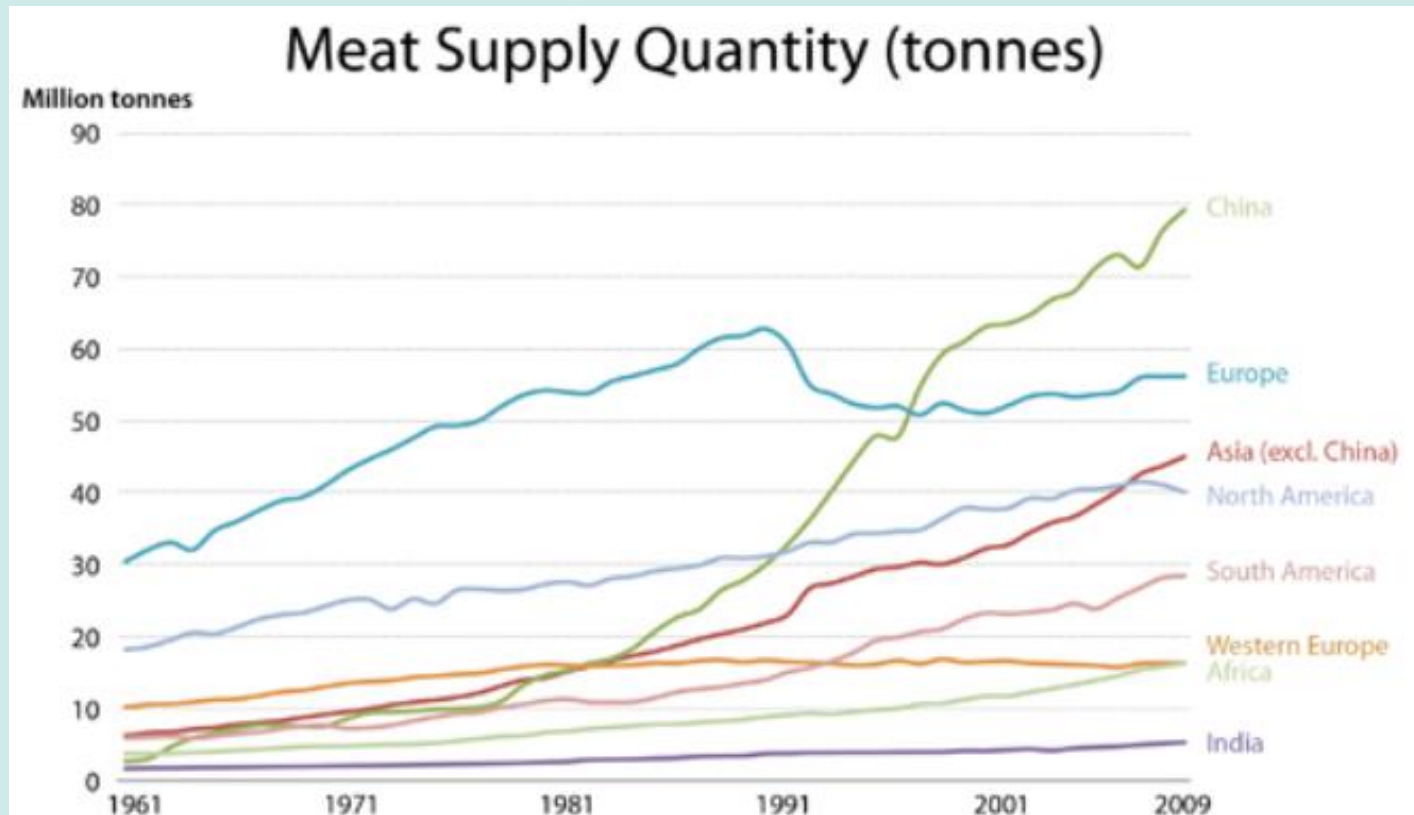
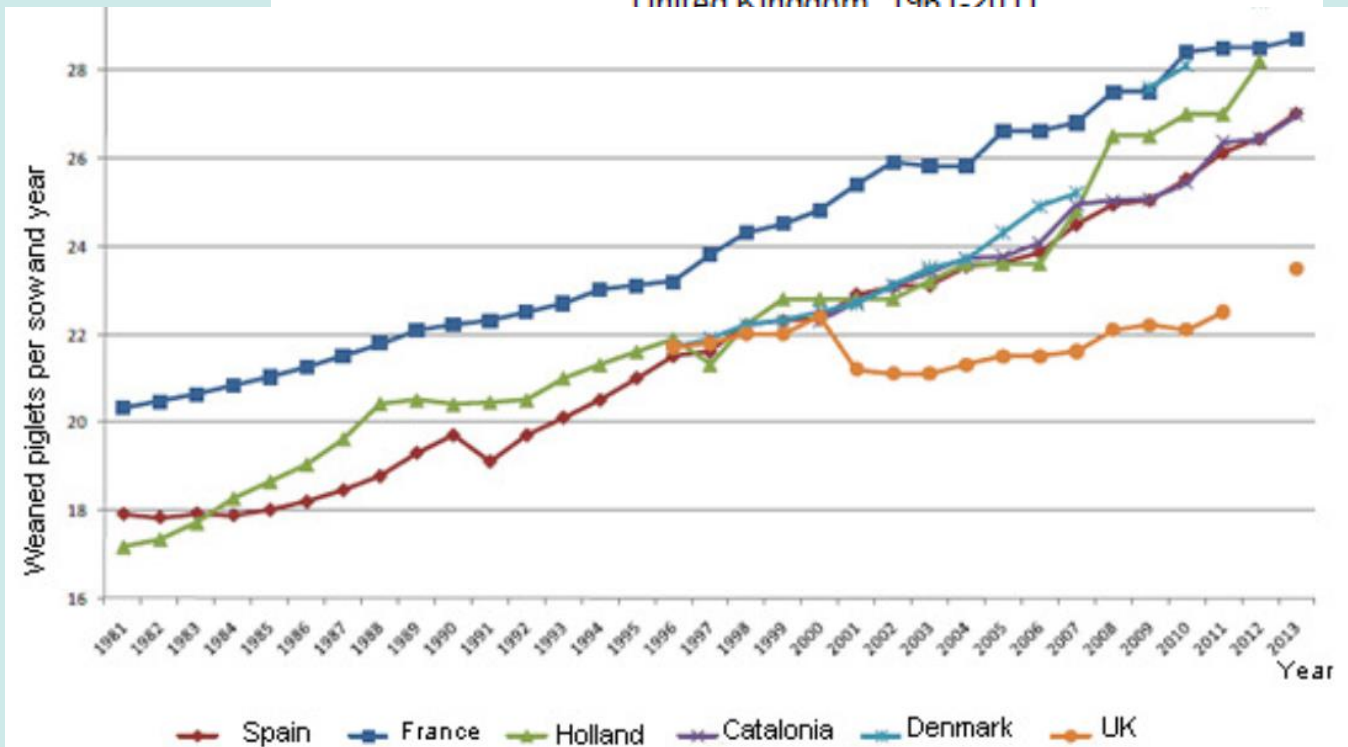


Figure 4: Trends in meat supply for selected countries/regions between 1961 and 2009 (FAO 2012a)

## 2. MAATSCHAPPELIJKE ROL LANDBOUW IN VERLEDEN

- Productie ⬆ ⬆
- Productiviteit/ Efficiëntie ⬆ ⬆

Evol. gespeende biggen/zeug/jaar 1980-2013  
Figure 27.1. Weaned piglets per sow per year in France, Germany, and the United Kingdom, 1961-2011



### 3. HEDENDAAGSE VERWACHTINGEN

- Koersverandering:
  - Productie  $\approx$
  - Productiviteit/efficiëntie ⬆
  - **MARKTGERICHT PRODUCEREN** ⬆ ⬆  
primaire + verwerkende industrie
- Wordt gepromoot door beleidsmakers, vakorganisaties,...



### 3. HEDENDAAGSE VERWACHTINGEN

- **Marktgericht produceren:**
  - Creëren van toegevoegde waarde
    - Europa is daar +/- in geslaagd
    - Marktaandeel in € is stabiel gebleven





# 3. HEDENDAAGSE VERWACHTINGEN

- Hoe scoort België?
- Export van:
  - Toegevoegde waarde?
  - Overschot?

VLEES (2013) €/100kg	Export naar		
	DU	FR	PL
BE	210	279	186
DU		352	221
FR	366		183
NL	293	381	200

ZUIVEL (2013) €/100kg	Export naar		
	DU	FR	PL
BE	100	138	157
DU		183	201
FR	263		334
NL	156	341	257

GROENTEN (2013) €/100kg	Export naar		
	DU	FR	PL
BE	87	65	70
DU		122	76
FR	105		76
NL	126	76	82

### 3. HEDENDAAGSE VERWACHTINGEN

- ~~Ondernemen~~ – Ondergaan


Calamiteitenbusiness (Poetin, ziektes,...)



## 4. STRATEGISCHE OPTIES

# MARKTGERICHT PRODUCEREN/ WERKEN

- Wat houdt dit in?

- ▶ Bevestigingen bij: Consumenten, retailer, slachterij,  slitsnijderij, veiling, melkerij?

- Wat wil je?
- Zeg me wat ik moet produceren, en ik zal dat voor u doen?



- ▶ Waarde creëren:

- Welke?
- Wie?
- €?





You're holding a handbook for visionaries, game changers,  
and challengers striving to defy outmoded business models  
and design tomorrow's enterprises. It's a book for the...

# Business Model Generation

WRITTEN BY

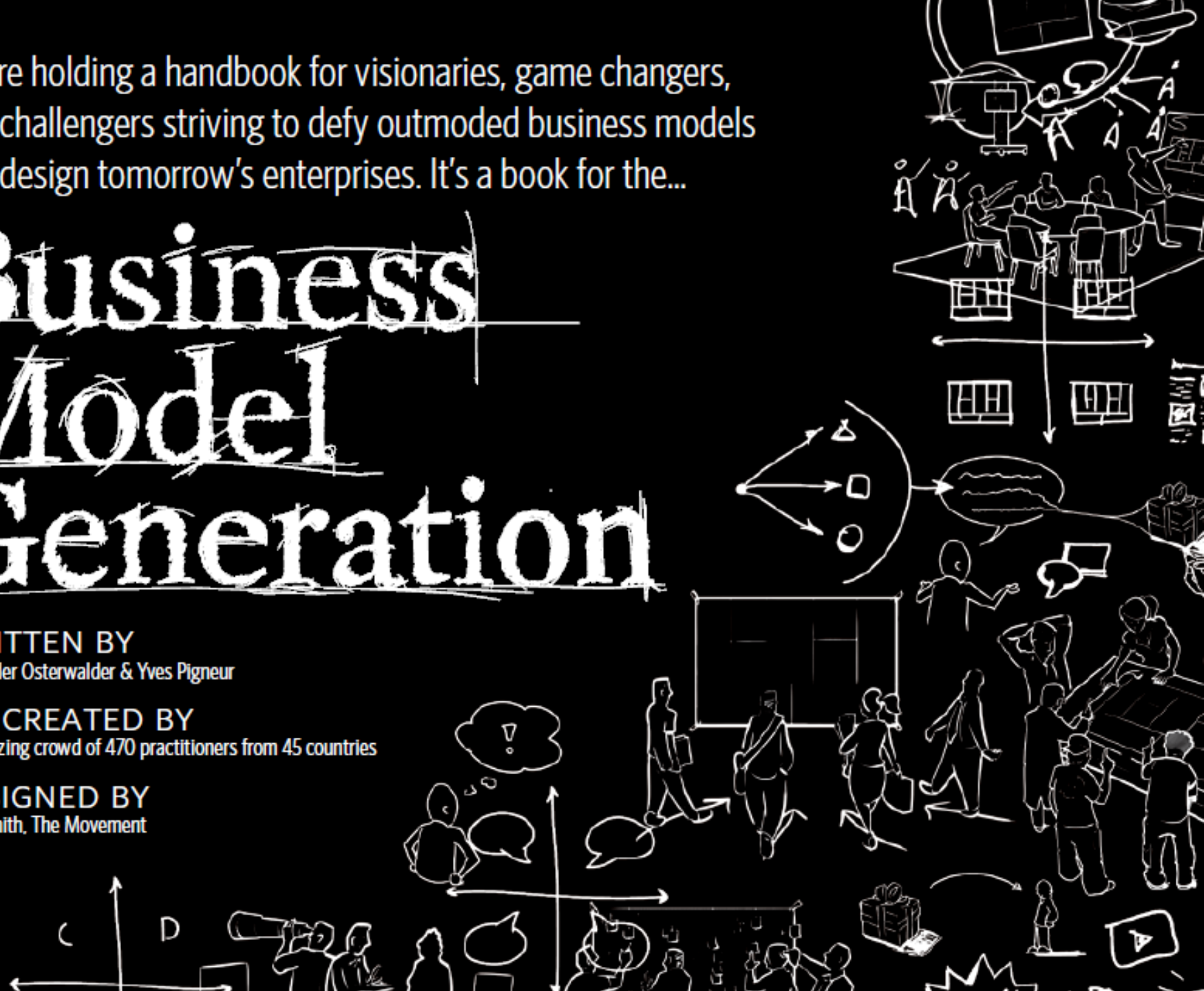
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

CO-CREATED BY










An amazing crowd of 470 practitioners from 45 countries

DESIGNED BY

Alan Smith, The Movement



## ***The Business Model Canvas***

<b><i>Key Partners</i></b> 	<b><i>Key Activities</i></b> 	<b><i>Value Proposition</i></b> 	<b><i>Customer Relationships</i></b> 	<b><i>Customer Segments</i></b> 
	<b><i>Key Resources</i></b> 		<b><i>Channels</i></b> 	
<b><i>Cost Structure</i></b> 			<b><i>Revenue Streams</i></b> 	

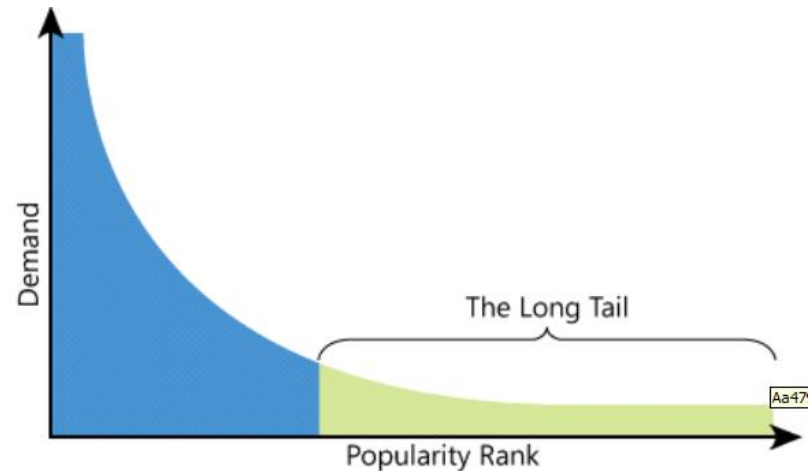
2009, Osterwalder & Pigneur, Business Model Generatie

<https://canvanizer.com/>

# PATRONEN BUSINESSMODEL

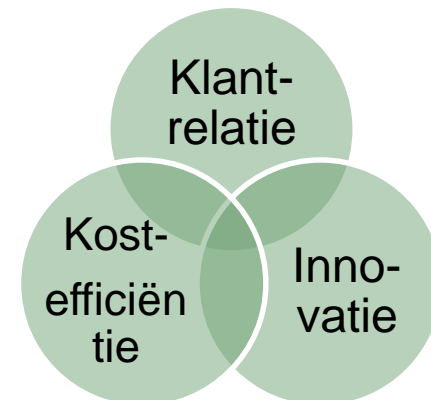
## 1. Long tail

- Niche x ... = W
- Lage kosten
- Lean




## 2. Ontbundelde modellen

- Klantrelatiebusiness
- Productinnovatiebusiness
- Infrastructuurbusiness



# PATRONEN BUSINESSMODEL

## 3. Multisided platforms

- Ketenbenadering
  - Boer – Slachthuis/Uitsnijderij – verwerker
- 

## 4. Open business model

- Externe partners worden betrokken bij innovatie
- Delen om te vermenigvuldigen





## 5. BESLUIT

1. Perspectief op groei
2. Ondernemen  $\neq$  Ondergaan
3. Produceren  $\neq$  Waarde creëren



4. Meerdere patronen en modellen
5. Collectieve verantwoordelijkheid  
Keten, Overheid, Kennisinstituten





**Bedankt voor uw aandacht!**